

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Warung Mbah Kopi Gresikan Jombang)

Eka Ayu Rahmawati

Ekarahmawati1503@gmail.com

Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Jombang

Jl. Pattimura III no. 20 Jombang (0321) 86319

ABSTRAK

Ayu, Eka R. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus Warung Mbah Kopi Gresikan Jombang*. Skripsi. Program Studi. Ekonomi. STKIP PGRI Jombang. Pembimbing Shanti Nugroho Sulistyowati, S.Pd., M.Pd.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui antara Pengaruh Kualitas Produk Kopi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus Warung Mbah Kopi Gresikan. Dalam penelitian ini berpandangan bahwa aspek tersebut berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini di lakukan Jl. Jalan Wisnu Wardhana No.2 Kaliwungu, Kepanjen, Kecamatan Jombang. Dengan menggunakan metode pendekatan statistik kuantitatif peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda yang meliputi Uji t, Uji F, serta analisis koefisien determinasi (R^2). Instrumen yang digunakan adalah kuisioner dengan jumlah populasi tidak teridentifikasi dan jumlah sampel 68 pelanggan warung Mbah Kopi Gresikan.

Dengan menggunakan SPSS versi 16, hasil penelitian menggunakan uji t menunjukkan bahwa pengaruh dari kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan sebesar 2,999 sedangkan pengaruh harga terhadap kepuasa pelanggan sebesar 2,744. Kemudian hasil uji F dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan. *Angka Adjusted R Square* (R^2) sebesar 32,9% sedangkan sisanya 6,71% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata kunci : kualitas produk, harga, kepuasan pelanggan.

ABSTRACT

Ayu, Eka R. 2019. *Effect of Product Quality and Price on Customer Satisfaction Case Study of Warung Mbah Kopi Gresikan Jombang*. Essay. Study program. The economy. STKIP PGRI Jombang. Advisor Shanti Nugroho Sulistyowati, S.Pd., M.Pd.

This study aims to determine the Influence of Coffee Product Quality and Price on Customer Satisfaction Case Study of Warung Mbah Kopi Gresikan. In this research, this aspect has an effect on customer satisfaction. This research was conducted Jl. Jalan Wisnu Wardhana No.2 Kaliwungu, Kepanjen, Jombang District. By using the quantitative statistical approach, the researcher uses multiple linear regression analysis which includes t test, F test, and analysis of the coefficient of determination (R^2). The instrument used was a questionnaire with an unidentified population and a sample of 68 Mbah Kopi Gresikan customer stalls.

By using SPSS version 16, the results of the study using the t test showed that the effect of product quality on customer satisfaction was 2,999 while the effect of price on customer satisfaction was 2,744. Then the F test results can be seen that the variable product quality and price together influence the customer satisfaction variable. Figures Adjusted R Square (R^2) of 32.9% while the remaining 6.71% is influenced by other variables not included in this study.

Keywords: product quality, price, customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Pada zaman modern saat ini setiap pengusaha harus mampu bersaing untuk memenangkan persaingan. Setiap pengusaha harus memperhatikan dan mempertimbangkan kepuasan pelanggan. Setiap pengusaha mempunyai masalah dalam memberikan kenyamanan dan pelayanan baik terhadap pelanggan. Pada umumnya banyak cara yang dilakukan oleh pengusaha dalam memperhatikan kepuasan dai pelanggan, antara lain dengan menyajikan kualitas produk yang memiliki ciri khas tersendiri. Keunggulan dari produk yang disajikan sangat mempengaruhi keberhasilan dan kemajuan suatu bisnis, oleh karena itu kualitas yang diberikan juga mempengaruhi untung dan rugi bagi pengusaha.

Pelanggan sebagai penikmat produk dari produsen terkadang memilih harga produk yang relatif murah. Sebagai memenuhi kebutuhan. Hal tersebut mempengaruhi kepuasan pelanggan. Pada umumnya pelanggan memilih perusahaan yang menawarkan harga yang murah namun memiliki kualitas yang baik. Hal tersebut bertujuan agar harga yang ditetapkan konsisten dan reltif dalam persaingan. Penetapan harga memiliki implikasi penting terhadap strategi bersaing perusahaan. Tujuan yang ditetapkan harus konsisten dengan cara yang dipilih perusahaan dalam menempatkan posisi relatifnya dalam persaingan (Shinta, 2011:102).

Berdasarkan penjelasan tersebut produk yang menarik, harga yang relatif murah dan pas dikantong masyarakat, menentukan masyarakat untuk berubah dalam tingkah laku. Berdasarkan kebiasaan orang Indonesia mengonsumsi kopi, kopi merupakan minuman yang sudah menjadi khas orang Indonesia sehingga sekarang banyak kedai kopi yang menawarkan kopi yang unik dengan cita rasa yang khas dengan suasana dan harga yang relatif murah.

Berdasarkan hasil observasi di warung Mbah Kopi Gresikan Jombang. warung kopi ini berdiri sejak tahun 2012, letak di desa Kaliwungu dan di desa Pulo Lor kecamatan Jombang. Kopi yang disajikan di warung kopi berasal dari daerah Gresik yaitu kopi robusta dampit. Kopi robusta dampit memiliki ciri khas aroma kopi tercium saat disangrai. Aroma yang dimiliki kopi robusta dampit adalah aroma karamel yang lembut. Warung Mbah Kopi Gresikan memiliki ciri khas di dibandingkan dengan warung kopi yang lain yaitu cara penyajian kopi memiliki dua cara, pertama kopi hitam tanpa atau dengan gula dan kedua kopi yang dicampur dengan susu caramel. Setiap hari warung kopi ini menghabiskan 3 Kg kopi dimana dari 1 kg tersebut dapat menghasilkan 50 cangkir kopi dan setiap harinya dapat menghasilkan 150 cangkir.

Konsumen yang datang ke warung kopi ini kebanyakan laki-laki, namun juga ada perempuan dan anak-anak. Warung kopi Mbah Kopi Gresikan memiliki keunggulan yaitu cara penyajian kopi yang kental, rasa manis, harga yang terjangkau bagi semua kalangan dan juga pelayanan yang ada disana sangat baik karena penyajian yang cepat dan keramahan yang ditunjukkan oleh setiap pegawai kepada konsumen. Namun, tidak hanya itu tempat yang ditawarkan juga memiliki fasilitas yang dibutuhkan konsumen pada era saat ini antara lain free wifi, stop kontak, kamar mandi, tempat duduk yang banyak, dan kipas angin. Kepuasan pelanggan dapat kita lihat dari bertahannya warung kopi ini dibandingkan dengan warung kopi yang berada di Jombang.

Menurut Alma (2007: 139) suatu produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar, untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk terdiri dari barang, layanan, pengalaman, acara, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi, dan ide. Dibutuhkan produk berkualitas tinggi agar keinginan konsumen dapat terpenuhi. Keinginan konsumen yang dipenuhi dengan harapan akan membuat konsumen merasa puas dengan produk tersebut sehingga tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Pemasar yang tidak memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan akan membuat konsumen menurun, jika pemasar memperhatikan kualitas konsumen akan berpikir panjang tentang melakukan pembelian produk tersebut.

Sedangkan menurut Sviokla (dalam Lupiyodi, 2016: 214) kualitas memiliki delapan dimensi pengukuran yang terdiri dari beberapa aspek, Kinerja (kinerja), Fitur produk (fitur), Keandalan / keandalan (reliability), Kesesuaian, Daya tahan, Kemudahan Servis, Estetika (estetika), dan Kualitas yang dirasakan

Harga adalah strategi pemasaran yang menentukan transaksi antara penjual dan pembeli. Transaksi ini hanya terjadi jika suatu produk telah disetujui oleh penjual dan pembeli, oleh karena itu perusahaan / produsen yang mampu menetapkan harga menarik dengan benar akan mendapatkan hasil yang memuaskan.

Menurut Stanton (2015: 307) Sebenarnya ada banyak masalah yang berkaitan dengan penetapan harga, kita belajar bahwa harga (nilai), nilai (nilai), dan manfaat (utiliti) adalah konsep yang saling terkait. Manfaat adalah atribut dari suatu barang yang memiliki kemampuan untuk memuaskan keinginan. Nilai adalah ukuran kuantitatif dari berat suatu produk yang dapat ditukar dengan produk lain. Kita dapat menggunakan harga jangka untuk menggambarkan nilai moneter suatu barang. Harga adalah jumlah uang (mungkin ditambah sejumlah barang) yang diperlukan untuk mendapatkan kombinasi produk dan layanan yang menyertainya. Adapun beberapa indikator yang menjadi ciri harga Keterjangkauan harga, Harga sesuai dengan kualitas produk, Daya saing harga, dan Harga sesuai dengan manfaat

Kepuasan pelanggan adalah hal penting yang harus diperhatikan oleh pengusaha / perusahaan karena kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi keberhasilan dalam menguasai pangsa pasar yang ada. Semua kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan pada akhirnya akan mendasari nilai yang akan diberikan oleh pelanggan terkait dengan kepuasan yang dirasakan. Kepuasan adalah tingkat kesetaraan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan kinerja produk layanan yang diterima dengan yang diharapkan menurut Kotler di Lupiyoadi (2016: 246).

Menurut Tjiptono (dalam Merdian, 2007: 18) kepuasan pelanggan dapat diukur dari enam konsep, antara lain

1. Kepuasan pelanggan secara keseluruhan

Cara paling sederhana untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah dengan bertanya langsung kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan layanan tertentu, ada dua bagian dalam proses pengukuran. Pertama mengukur tingkat kepuasan pelanggan dengan layanan perusahaan yang bersangkutan. Kedua, menilai dan membandingkan dengan tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan dengan layanan pesaing.

2. Dimensi kepuasan pelanggan

Proses semacam ini terdiri dari empat langkah. Pertama, identifikasi dimensi kunci dari kepuasan pelanggan. Kedua, meminta pelanggan untuk menilai layanan perusahaan berdasarkan spesifikasi barang seperti kecepatan layanan atau krisis staf layanan pelanggan. Ketiga, minta pelanggan untuk menilai layanan pesaing berdasarkan item spesifikasi yang sama. Keempat, minta pelanggan untuk menentukan dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

3. Konfirmasi harapan pelanggan

Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur secara langsung, tetapi dirangkum berdasarkan kesesuaian / ketidakcocokan antara harapan pelanggan dan kinerja aktual dari produk perusahaan.

4. Minat untuk dibeli kembali

Kepuasan pelanggan diukur secara perilaku dengan menanyakan apakah pelanggan akan menggunakan layanan perusahaan lagi.

5. Kesiediaan untuk merekomendasikan

Kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan layanan kepada teman atau keluarga adalah langkah paling penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.

6. Ketidakpuasan pelanggan

Beberapa aspek yang sering digunakan untuk menentukan ketidakpuasan pelanggan termasuk keluhan, pengembalian atau pengembalian produk, biaya garansi, penarikan kembali, kata negatif pemasangan, dan defensi.

Dalam menentukan kepuasan pelanggan ada lima faktor yang harus dipertimbangkan oleh perusahaan Lupyoadi (dalam Fawzi, 2017: 16), termasuk:

1. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan puas jika hasilnya menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas tinggi.

2. Kualitas layanan atau layanan, yaitu pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapatkan layanan yang baik atau seperti yang diharapkan.
3. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan kepercayaan bahwa orang lain akan kagum padanya ketika menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan diperoleh bukan karena kualitas produk tetapi sosial atau harga diri yang membuat pelanggan merasa puas dengan merek tertentu.
4. Harga, yang merupakan produk yang memiliki kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai lebih tinggi kepada pelanggan.
5. Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan produk atau layanan cenderung puas dengan produk atau layanan tersebut.

METODE PENELITIAN

Rancangan penelitian merupakan langkah yang harus ditempuh oleh seseorang peneliti dalam melakukan kegiatan penelitian, jenis penelitian ini merupakan suatu penelitian dengan pendekatan kuantitatif yang mengacu pada korelasi artinya untuk mengetahui ada tidaknya hubungan variabel bebas dan terikat. Ditinjau dari pengambilan data maka penelitian sampel digeneralisasikan untuk populasi. Rencana penelitian yang Peneliti digunakan adalah dengan pendekatan kuantitatif dengan Analisis Regresi Linier Berganda, yang tujuannya untuk menjelaskan Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan warung Mbah Kopi Gresikan Jombang.

Metode pengumpulan data adalah cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data (Arikunto, 2010:100). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode pengumpulan data melalui angket sebagai metode utama. Dimana metode ini memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis yang telah disediakan alternatif jawabannya. Angket ini akan disebarakan kepada responden, yakni pelanggan warung Mbah Kopi Gresikan Jombang. Angket ini berisikan mengenai pernyataan tentang kualitas produk, harga, dan kepuasan pelanggan.

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan warung Mbah Kopi Gresikan. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kebanyakan pengunjung yang datang ke warung tersebut laki-laki berkisar antara umur 18 sampai 23 tahun. rata-rata yang mengisi kuisioner untuk ketgori umur merupakan pengunjung yang berusia 18 tahun. Menurut data tabel distribusi responden, jumlah responden berdasarkan kategori pekerjaan menunjukkan bahwa Mahasiswa sebanyak 41 orang (60, 29%), Siswa sebanyak 27 orang (37,70%). Pernyataan di atas menunjukkan bahwa responden terbanyak adalah Mahasiswa. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan sebagai berikut :

1. Pengaruh Kualitas Produk Warung Mbah Kopi Gresikan Terhadap Kepuasan Pelanggan
Berdasarkan hasil analisis pada penelitian ini diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,004 kurang dari 0,10 (nilai Sig 0,004 < 0,10) serta nilai t_{hitung} 2,999 > nilai t_{tabel} 1,66757, maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis alternatif bahwa “ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan”. Hasil penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan mengartikan bahwa semakin tinggi kualitas produk yang diberikan warung Mbah Kopi Gresikan maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan warung Mbah Kopi Gresikan yang akan berdampak pada pembelian ulang serta pelanggan akan merekomendasikan produk yang ditawarkan oleh warung Mbah Kopi Gresikan.
2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan
Berdasarkan hasil analisis pada penelitian ini diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,008 kurang dari 0,10 (nilai Sig 0,008 < 0,10) serta nilai t_{hitung} 2,744 > nilai t_{tabel} 1,66757, maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis alternatif bahwa “ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan”.

Hasil penelitian ini mendukung teori yang dikemukakan Tjiptono (dalam Gunadi dan Tanono, 2018:2) salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga, dimana persepsi pelanggan bahwa harga yang tinggi akan mencerminkan kualitas yang tinggi. Dalam hal ini mahal atau tidaknya suatu produk sangat dipertimbangkan oleh pelanggan pada saat akan membeli produk tersebut.

3. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis pada penelitian ini diketahui bahwa nilai R^2 (R Square) sebesar 0,32 dapat dikatakan bahwa ada pengaruh kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dapat diartikan bahwa setiap pelanggan yang merasa puas dengan kualitas produk dan harga yang disajikan dan akan mempengaruhi harga secara positif dan signifikan berdampak pula pada kepuasan pelanggan di warung Mbah Kopi Gresik. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbang pengaruh variabel bebas (kualitas produk dan harga) terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan) sebesar 3,29% sedangkan sisanya sebesar 6,71% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam model penelitian ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Alma, H.Buchari. 2007. Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2011. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Prektik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assuari, Sofian. 2011. Manajemen Pemasaran (Edisi Ke-1 1). Jakarta:Rajawali.
- Darmawan, Rama J. 2017. Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen (studi kasus Apotek Takavi Surabaya). Jurnal. Surabaya: STIESIA. <https://repository.stiesia.ac.id/id/eprint/596/> **Online di akses pada tanggal 15-04-2018 pukul 19.24 WIB.**
- Fawzi, Rizqi. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Kopi Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Pelanggan Otentik Kopi Jogja. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta. http://eprints.uny.ac.id/55626/1/RizqiFawzi_12808141054.pdf **Online di akses pada tanggal 18-01-2019pukul 13.43 WIB.**
- Ghozali, H.Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25(Edisi ke-9). Semarang: Undip.
- Gunandi E dan Tanoto Sherky R. 2018. Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan M-Sport Futsal Center. Jumal. Surabaya: Universitas Kristen Petra http://publication.petra.ac.id/index.php/-_manajemenbisnis/article/download/6472/5889 **Online di akses pada tanggal 28-01-2019 pukul 11.0 WIB.**
- Kotler Dan Keller. 2008. Manajemen Pemasaran (Edisi Ke-13, Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2008. Prinsi-Prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2016. Menajemen Pemasaran Jasa (Edisi Ke-3). Jakarta: Selemba Empat.
- Merdian Andri W. 2007. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Study Kasus TIKI JI. Mantrigawen Lor No. 12 Yogyakarta. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma. https://repository.usd.ac.id/13464/2/002214205_Full.pdf **Online di akses pada tanggal 18-12-2018 pukul 14.05 WIB**
- Munawaroh. 2013. Metodologi Penelitian (Edisi Ke-2). Malang: Intimedia.
- Muzayanah, Vivi J. 2017. Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Jurnal. Surabaya: STIESIA. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/347/354> **Online di akses pada tanggal 04-05-2018 pukul 13.07 WIB.**
- Philip, Kotler. 2000. Manajemen Pemasaran. Jakarta: PT. Indeks, Gramedia.
- Rinduwan dan Kuncoro, B.A. 2017. Cara Menggunakan Dan Memaknai Path Analyis analisis Jalur). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.

- Sunyanto, D. & Susanti, Fathonah E. 2015. Manajemen Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Caps (Central For Academic Publishing Service).
- Stanton, William J. 2015. Prinsip Pemasaran (Edisi Ke-7, Jilid I). Jakarta:Erlangga.
- Triptono, F . 2008. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi
- Tritono, F . 2017. Strategi Pemasaran (Edisi Ke-4). Yogyakarta: Andi.
- Yahya, M. 2009. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Barista Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Opi Espresso Bar Solo Tahun 2008. Skripsi. Semarang: Universitas Sebelas Maret.
<https://eprints.uns.ac.id/id/-eprint/7933> Online di aksw pada tanggal 13-09-2018 pukul 13.05 WIB.